



# Clase 3. Herramientas de gestión y elaboración de contenidos

- ☰ Unidad 1. Herramientas de gestión de contenidos
- ☰ Unidad 2. Herramientas de elaboración de contenidos
- 🔍 Autoevaluación
- ☰ Referencias

# Unidad 1. Herramientas de gestión de contenidos

---

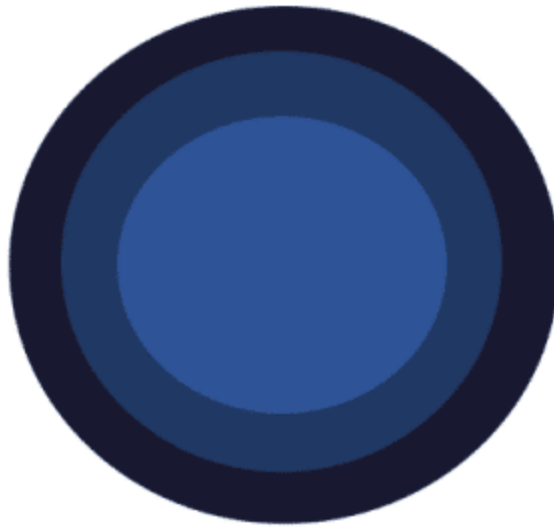
A lo largo del presente módulo, nos enfocaremos en aspectos de la gestión del **community manager**. Su espacio de trabajo es el de la operación diaria y la primera línea de fuego en la ejecución de los planes, por este motivo, debemos contemplar la necesidad que tiene de dominar las herramientas que le permiten hacer una gestión más eficiente, y aplicar el plan de acción para que este se vuelva tangible ante los públicos.

## 3.1.1 El valor de la gestión para los **community managers**

El momento de la gestión para un **community manager** es el tiempo en que más estará ocupado de las diversas tareas que lleva adelante. Por ello, aprovechar el uso de las herramientas de la mejor manera le permitirá resolver, con menor esfuerzo, muchas tareas de su trabajo. La mayoría de los **community managers** pierden oportunidades para administrar múltiples cuentas debido a la falta de tiempo y medios, por este motivo es importante conocer las distintas herramientas que existen en el mercado.

Las herramientas de productividad son fundamentales para las tareas diarias del **community manager**. No podemos negar que para lograr diferenciarse en su profesión debe optimizar al máximo la productividad, de manera tal que tenga suficiente tiempo para dedicarlo a otras actividades de mayor valor agregado para la marca.

**Figura 1. La estrategia, la táctica y la gestión**



**Operación**  
"Los qué"  
Procesos y acciones  
Valor en la gestión

**Táctica**  
"Los cómo"  
Resolución e implementación  
Valor en la ejecución

**Operación**  
"Los qué"  
Procesos y acciones  
Valor en la gestión

Fuente: Paz, 2017, p. 66.

## Elementos clave de la ejecución

Orientación a tareas

Así como en la etapa de la planificación nos planteamos los **milestones** o hitos como foco, en el caso de la ejecución, el foco está puesto en las tareas y actividades, y en el

Foco en los contenidos

Los contenidos son quienes hablan por nosotros y, en ese sentido, son los que podrán llevar el mensaje central a los públicos de interés.

Posicionamiento en el mensaje

El mensaje central debe atravesar todas las acciones del **community managers**, tanto en los contenidos que genera para los canales, como en la manera de escuchar a los públicos y su

Habilidad de la gestión

La gestión consiste en saber navegar el cumplimiento del plan en conjunto con la habilidad de reaccionar ante la realidad. Es por ello que,

como **community**

managers debe entender

Participación en la  
conversación

La conversación que  
circula en los ámbitos  
sociales debe ser  
escuchada, interpretada y,  
como **community**  
**managers**, debe tener  
conciencia plena sobre  
cuándo y cómo participar

Orientación al detalle

Un plan puede ser  
excelente en los papeles,  
pero terminar arruinado  
porque no se ha prestado  
atención a los detalles. Del  
mismo modo, la  
orientación al detalle  
puede volver un plan

Los canales que se

Valor en la accesibilidad

definen como abiertos para el plan deben ser accesibles desde cualquier dispositivo y en todo momento para los públicos. Las plataformas

Valor en el diseño

En la etapa de planificación, no nos enfocamos en los diseños, en las imágenes que se utilizarán o en cómo se editan los videos. Es en la etapa de la ejecución donde el diseño y la

Procesos de validación

Mientras más claro, sencillo y pulido sea el proceso de validación de información, contenidos y aprobación, mejor será la tarea que ejecute el *community manager*, y

## 3.1.2 Herramientas de planificación: calendarización de acciones y contenidos


La principal herramienta que utiliza el **community manager** (CM) es el calendario de contenidos. Lo difícil es que no existe un modelo único ni particular que se adapte a las necesidades de todos los CM y que sea el único posible, sino que cada uno debe comprender cuál es el formato que resulta más cómodo y le permite aprovechar más cada herramienta y optimizar los tiempos.

En los extremos podemos encontrar herramientas de suma utilidad visual, que permiten comprender a golpe de vista qué es lo que se necesita hacer cada semana, pero, por esa misma razón, consumen más tiempo a la hora de generarlos. Mientras más intensa sea nuestra campaña, mayor será el tiempo que le debemos dedicar a la preparación. Por otro lado, existen formatos que son más sencillos desde lo visual, realizados a medida para integrar múltiples procesos en el mismo calendario.

Figura 2. Calendario tipo, organización visual

Plantilla de Calendario Editorial de Social Media (Publicación en redes sociales)								
Si quieres una explicación sobre cómo elaborar el calendario (pautas de trabajo y organización), dirígete a esta guía:								
<a href="#">Cómo elaborar un Calendario Editorial de Social Media</a>								
Calendario de publicación en Facebook. Ejemplo								
Semana 1 (3/9/2012 - 7/9/2012)	Frecuencia de publicación	Fechas especiales	Hora	Objetivo del mensaje	Temática	Fuentes	Contenido visual (foto, video, gráfico...)	Mensaje
Lunes	1		9:00	Recordar al público que es la feria para que se pueda organizar la semana	¿Listos para la feria!	Enlace al último post del blog	Foto del recinto	¿Ya estamos listos para la feria [nombre de la feria]! :) Si queréis pasar a vernos y a tomar algo, nos encontraréis en [ubicación en la feria].
3/9/2012	2		17:00	Noticia	Noticia del sector	www.		¿Sabéis que...?
Martes	1		9:30	Obtener respuestas sobre la red en la que se encuentran los clientes para que los comerciales contacten con ellos a través de esa red	Maquinaria que se exhibirá en la feria	Utilizar la aplicación Preguntas de Facebook (dejar abiertas las respuestas)		¿Qué red social sueles utilizar más? Respuestas: Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Pinterest...
4/9/2012	2		18:00	Llamar la atención	Impactar con un contenido visual	www.	Foto original relacionada con nuestro sector	Poner un comentario curioso según la foto.
Miércoles	1	Feria sectorial	9:14	Crear expectativa e interés sobre nuestro producto estrella en la feria	Producto		Foto del estand	¿Sabéis cuál es el producto en el que más hemos trabajado? Dejad un "Me gusta" y os lo explicamos por DM. :)
5/9/2012	2	Feria sectorial	17:14	Los rezagados todavía están a tiempo de venir	Recordar la hora de finalización de la feria	www del evento con localización de nuestro estand		¿Todavía no nos hemos visto? Quedan [x tiempo] para que podamos charlar un rato. ¡Esto se acaba a las [x] h! :)

Fuente: elaboración propia.

 Para ver el documento presentada en la figura, hacer clic [aquí](#).

Como vemos, estamos ante un formato de calendario que integra de manera sencilla y clara los diferentes elementos que se trabajan en cada publicación, por ejemplo, la fecha, frecuencia de publicación, hora, objetivo de mensaje, temática o eje, fuentes, tipo de contenido, **copy** o mensaje. También se pueden utilizar colores para señalar si el contenido está aprobado, requiere cambios o está rechazado, entre otras posibilidades.

Lo positivo de este tipo de calendario es que integra rápidamente a cualquiera que trabaje en el equipo, ya que se comprende con un solo golpe de vista. Se debe considerar que cuanto más detallista sea en su información, requerirá mayor tiempo de desarrollo y seguimiento.

**Figura 3. Calendario tipo, organización para gestión**



Debemos comprender qué elementos deben incluirse y tenerse en cuenta en los calendarios, para que resulten de utilidad en el trabajo como **community managers**:

Especificidad

En el calendario deben ingresar todas y cada una de las publicaciones que se realizarán de manera específica, incluso aquellas que son replicación de contenidos de terceros o republicación de

Estrategia bajada

No dejar nada librado a la interpretación. El calendario sigue lo planificado en la estrategia, pero realiza una bajada operacional de esta a contenidos y mensajes puntuales.

Espacios libres y espacios completos

Debe permitir comprender si la cantidad de contenidos por semana es la adecuada, o si existen días u horarios disponibles para agregar más publicaciones, espacios

Espacios estrictos y espacios flexibles

Siempre pueden surgir temas de coyuntura, de urgencia o de preponderancia temporal. Debemos comprender cómo la aparición de estos temas influye en los contenidos que tenemos

Integración de herramientas

Un buen calendario debe permitir integrar el esfuerzo a las herramientas que debemos utilizar para lograr mayor eficiencia.

Programación

Un calendario debe tener suficiente planificación del contenido para que permita programar con anticipación lo que diremos y contar con al menos una o dos semanas de ventaja sobre nuestro proceso de

Subordinación temática y prioridades de publicación

Los ejes temáticos deben definirse claramente en el calendario, tanto en sí mismos, como en relación de unos con otros y comprender cómo se subordinan, combinan o compiten entre sí

Nuestros contenidos pueden ser creados dentro

Métodos de generación y aprobación de contenidos

del mismo calendario. Se debe poder sugerir los cambios, revisiones y aprobar o rechazar el contenido.

Control y reporte

Debemos registrar métricas, tanto de proceso como de resultado, sobre el contenido que hemos realizado.

En definitiva, se trata de encontrar el formato de calendario que resulte más cómodo y útil para trabajar. Para esto, considerar siempre que el calendario nos permita optimizar la tarea y destinar el menor tiempo posible a la administración del contenido, en comparación con la creación, gestión y difusión.

## 3.1.2 Herramientas de gestión de múltiples cuentas

Optimizar el tiempo, favorecer el trabajo colaborativo, minimizar los márgenes de error, y simplificar los procesos de revisión son instancias que pueden cumplimentarse a través de la selección de la herramienta adecuada para gestionar múltiples redes sociales.

# Hootsuite

Accesible desde <https://hootsuite.com/es/>

Figura 4. Hootsuite



Fuente: Captura de pantalla sitio web (Hootsuite Media Inc., 2019).

Hootsuite es una de las principales herramientas de gestión para múltiples cuentas de redes sociales, como Facebook, Twitter, LinkedIn, o Instagram. Cuenta con opciones gratuitas y opciones de pago.

Es una herramienta cuenta con múltiples funciones orientadas a grandes organizaciones, brindando un servicio completo para lanzar campañas de marketing multiplataforma.

Presenta versiones para dispositivos móviles favoreciendo el trabajo colaborativo entre varios profesionales.

Ofrece un completo panel de estadísticas y resultados de campaña (Hootsuite, 2017).

Otra de sus funciones es que permite gestionar una o varias cuentas en las principales redes sociales desde un único lugar de acceso y desde donde se puede visualizar y publicar al mismo tiempo. Esto la hace adaptable a numerosos requerimientos, que son imprescindibles para los profesionales de **social media**. Esta herramienta ofrece distintos servicios, entre los que se destaca el monitoreo de conversaciones de una marca o su competencia. Se puede programar la publicación de contenidos de manera simple e intuitiva y además conformar un equipo de trabajo que contribuya a la creación de contenido, programación y análisis de datos. La herramienta está disponible como aplicación web, de escritorio o móvil.

Entre las principales ventajas de Hootsuite, podemos citar las siguientes:

- Capacidad de organización.
- Visibilidad en pantalla de información.
- Capacidad de **customización** de la herramienta.
- Habilidad de programación.
- Multiplicidad de canales para operar.
- Posibilidad de trabajo colaborativo.
- Posibilidad de integración de aplicaciones.

Los diferentes planes que ofrece la herramienta permiten trabajar con ella con flexibilidad, ya sea que se trate de un trabajo con pequeñas o con grandes compañías.

**Figura 5. Flexibilidad de planes de Hootsuite**

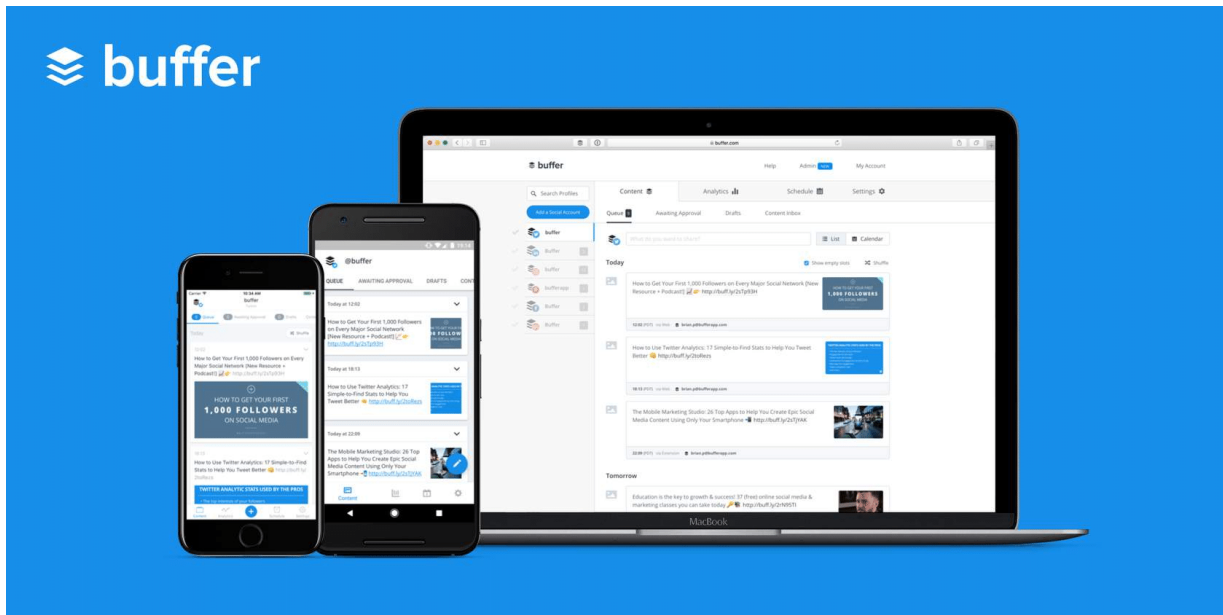
<p><b>Free</b> Para personas</p> <p>1 usuario 3 perfiles sociales</p>	<p><b>Professional</b> Para empresarios</p> <p>1 usuario 10 perfiles sociales</p>	<p><b>Equipo</b> Para pequeños equipos</p> <p>3 usuarios 20 perfiles sociales</p>	<p><b>Enterprise</b> Para equipos grandes y organizaciones</p> <p>Soluciones personalizadas</p>
-------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: captura de pantalla de planes de Hootsuite (Hootsuite Media Inc., 2019).

## Buffer

Accesible desde <https://buffer.com/>

Figura 6. Buffer



Fuente: captura de pantalla de Buffer (Buffer, s. f.).

Su principal diferencial en relación con otras herramientas está dada por su foco en la programación de contenidos, ya que entrega información para publicar en el momento indicado y así llegar a una audiencia en particular.

Las principales funcionalidades de Buffer son:

Crear una agenda de **posteos**

Podemos seleccionar fechas y horas para generar **posteos** de cada cuenta y, con esa programación, cada post que se genera será agendado en la siguiente fecha y hora

1 of 8

Integración de redes

Permite trabajar sobre Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter, LinkedIn, entre otras.

2 of 8

Con la extensión para

Agregar posteos y contenidos de curaduría a un solo clic

Google Chrome, se pueden agendar posteos con base en los contenidos que revisamos en Internet, para nuestros procesos de curaduría.

3 of 8

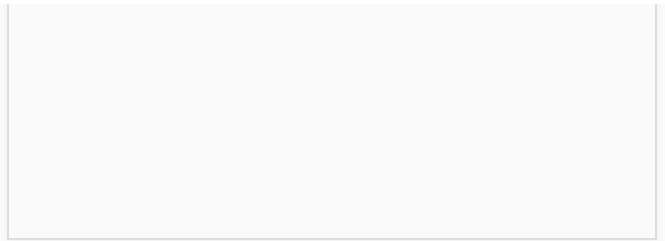
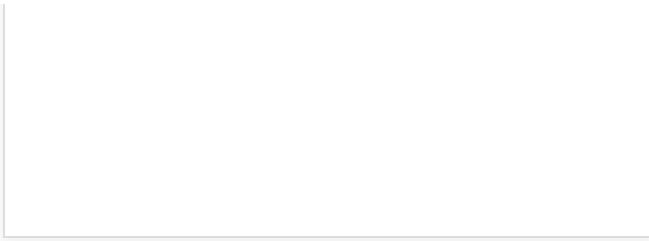
Gestionar Instagram

Permite gestionar Instagram desde el escritorio, lo que brinda mayor comodidad de uso de la plataforma.

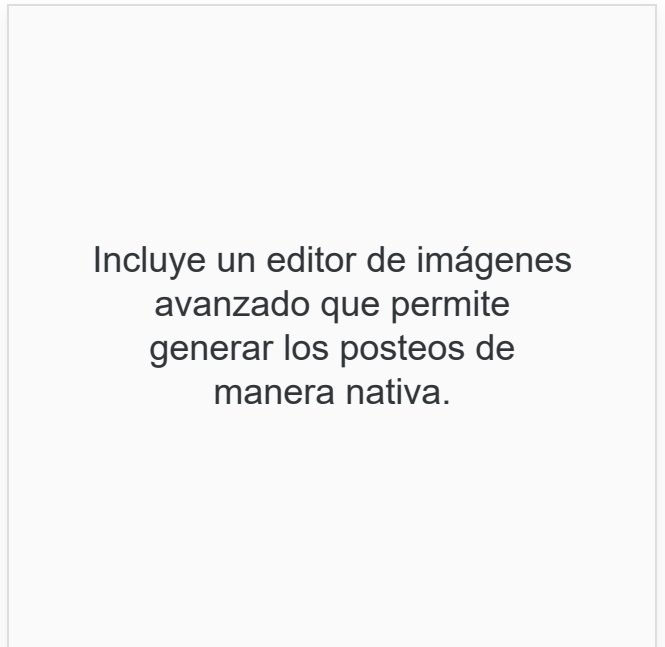
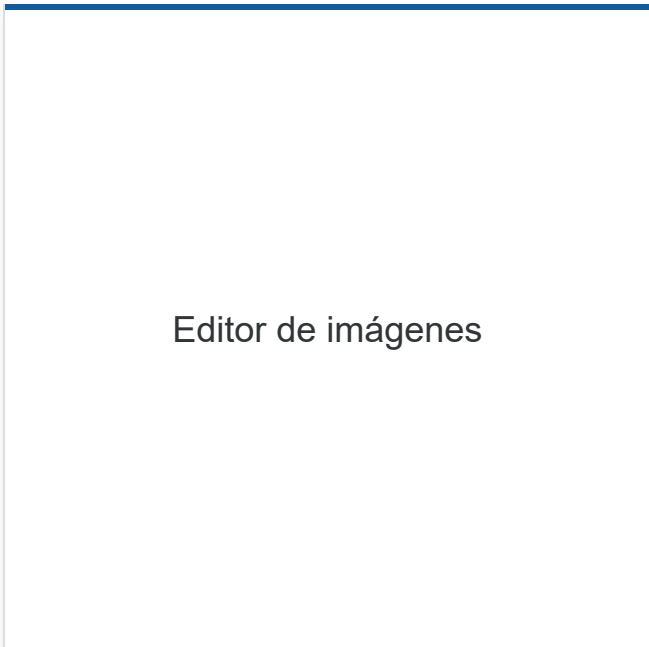
4 of 8

Métricas y reportes

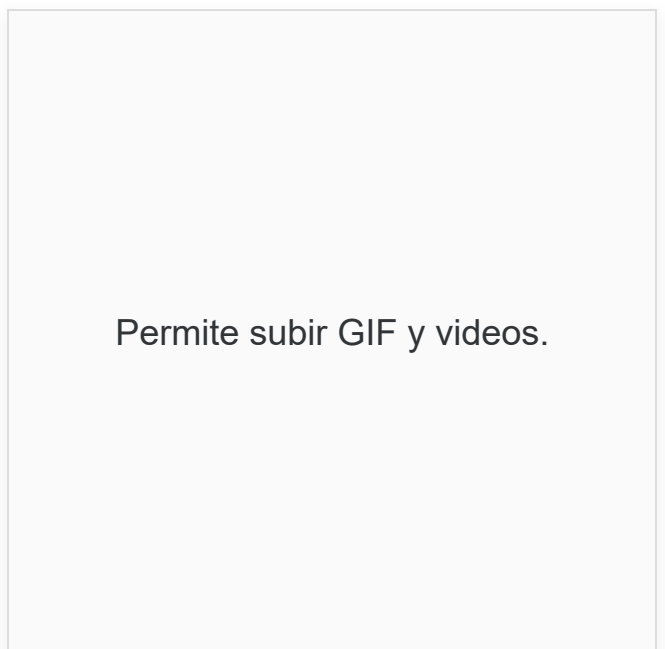
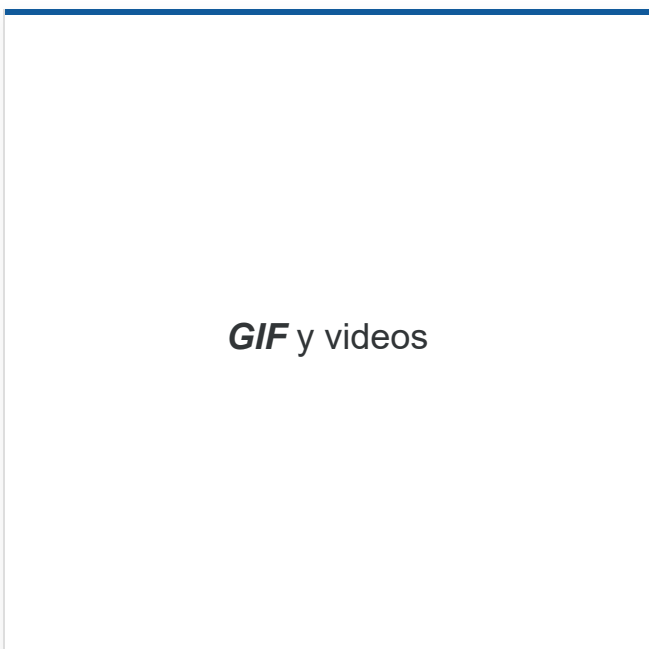
Incluye métricas y reportes de análisis de rendimiento de los contenidos.

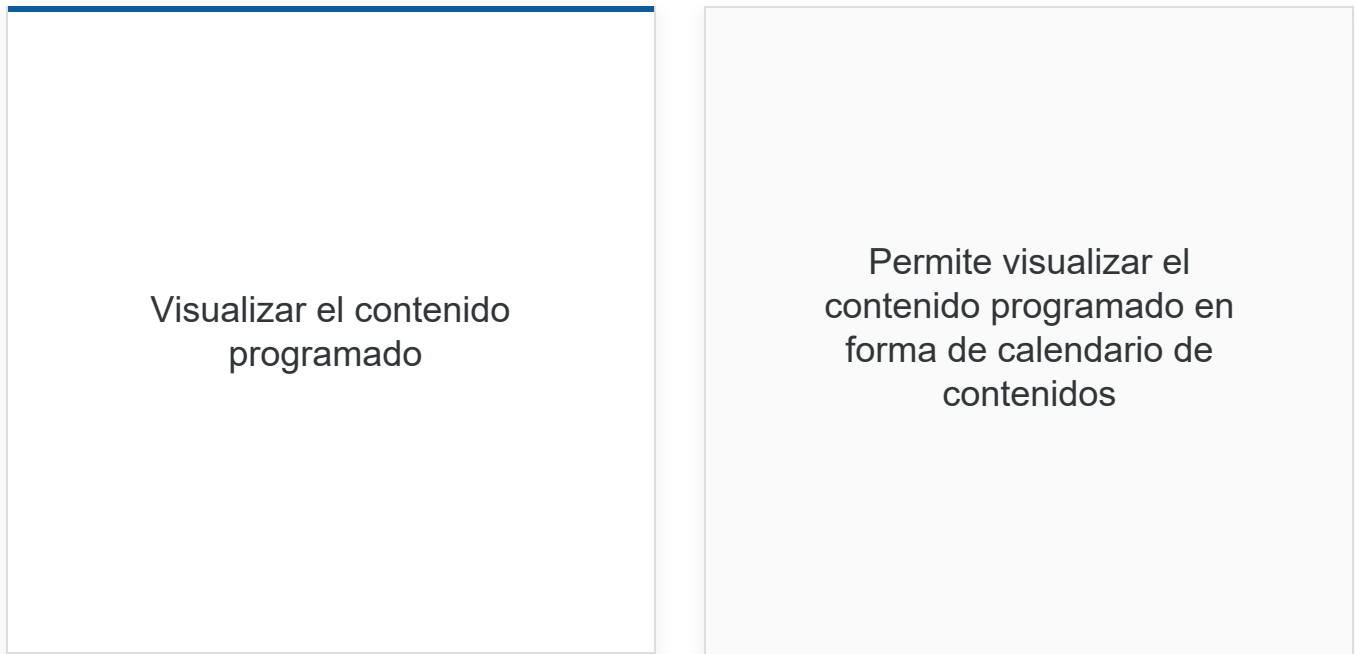


5 of 8



6 of 8





## Postcron

Accesible desde <https://postcron.com/>

Figura 7. Postcron



Fuente: captura de pantalla web Postcron (Postcron, 2019).

Se trata de una herramienta para gestionar Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y Pinterest de muy fácil uso e implementación.

Si bien, comparado con Hootsuite y Buffer, carece de algunas prestaciones, tiene la gran ventaja de que para comenzar a utilizarla se requiere escasa capacitación previa, su interfaz intuitiva y amigable permite agregar en pocos pasos cuentas sociales y miembros al equipo.

Dentro de los servicios diferenciales que ofrece esta herramienta, podemos destacar: la posibilidad de incorporar marcas de agua a las imágenes, multiplicador de publicaciones (de manera automática se puede programar el mismo post varias veces), edición y programación de Instagram Stories.

En su versión **personal** ofrece la gestión de ocho cuentas sociales, subida de post en masa y marca de agua, en su versión **entrepreneur** permite la gestión de 15 cuentas sociales, incorporar un miembro al equipo, subida en masa y marca de agua. También posee planes **corporate** y **enterprise**.

## Metricool

Accesible desde <https://metricool.com/>

Figura 8. Metricool



Fuente: captura de pantalla Metricool (Metricool Software SL., 2019).

La ventaja de esta herramienta es que ofrece, análisis, gestión y medición de Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn, Web y contenidos de Blog.

Ofrece estadísticas en tiempo real con gráficos simples y estéticos que facilitan la instancia de reporte.

Figura 9. Metricool estadísticas



Fuente: captura de pantalla Metricool (Metricool Software SL., 2019).

Su versión gratuita ofrece el registro de un perfil que incluye las distintas cuentas sociales de una marca, la versión individual para profesionales permite incorporar 10 perfiles y descargar informes y la versión para compañías ofrece de 3 a 250 perfiles, informes y miembros del equipo.

### 3.1.3 Herramientas de gestión para redes específicas

Para cada red social, existen herramientas de mayor utilidad con las que se puede trabajar y que brindan opciones de mucha profundidad, aun cuando no sean importantes para la gestión multiplataforma. Como **community managers**, debemos conocerlas. De acuerdo con lo que se necesita en cada caso, decidir si utilizarlas o no.

TWEETDECK	SOCIALOOMPH	SOCILAB	AG
-----------	-------------	---------	----

Se puede acceder a ella desde [www.tweetdeck.com](http://www.tweetdeck.com) y por la tienda de Google Chrome. Tweetdeck es la herramienta ideal para utilizar con las cuentas de Twitter, y de ese modo liberar Hootsuite para usar otras redes sociales diferentes, como Facebook, Instagram, LinkedIn. A través de Tweetdeck podemos

publicar, responder y monitorizar cuentas en Twitter. Es gratuita, no requiere instalación y se integra de manera natural en Twitter (por pertenecer a ella).

Entre las tareas que nos permite realizar Tweetdeck, encontramos:

- Crear y programar los tweets.
- Monitorear menciones y respuestas.
- Gestionar conversaciones en Twitter.
- Enviar y gestionar mensajes directos.
- Marcar tweets como favoritos.
- Visualizar perfiles.
- Gestionar listas.
- Gestionar múltiples cuentas de Twitter.
- Recibir notificaciones y alertas.
- Gestionar búsquedas y alertas.
- Gestionar temas de tendencias globales, regionales y locales.
- Gestionar trabajo colaborativo y cuentas de equipo.
- Gestionar atajos de teclado.
- Gestionar colecciones de contenido.
- Listar seguidores.

Como podemos ver en la lista anterior, Tweetdeck es una herramienta muy completa para la gestión de múltiples cuentas de Twitter, y no tiene limitaciones de uso en su cuenta gratuita, lo que la vuelve más atractiva aún. Sus principales ventajas son las siguientes:

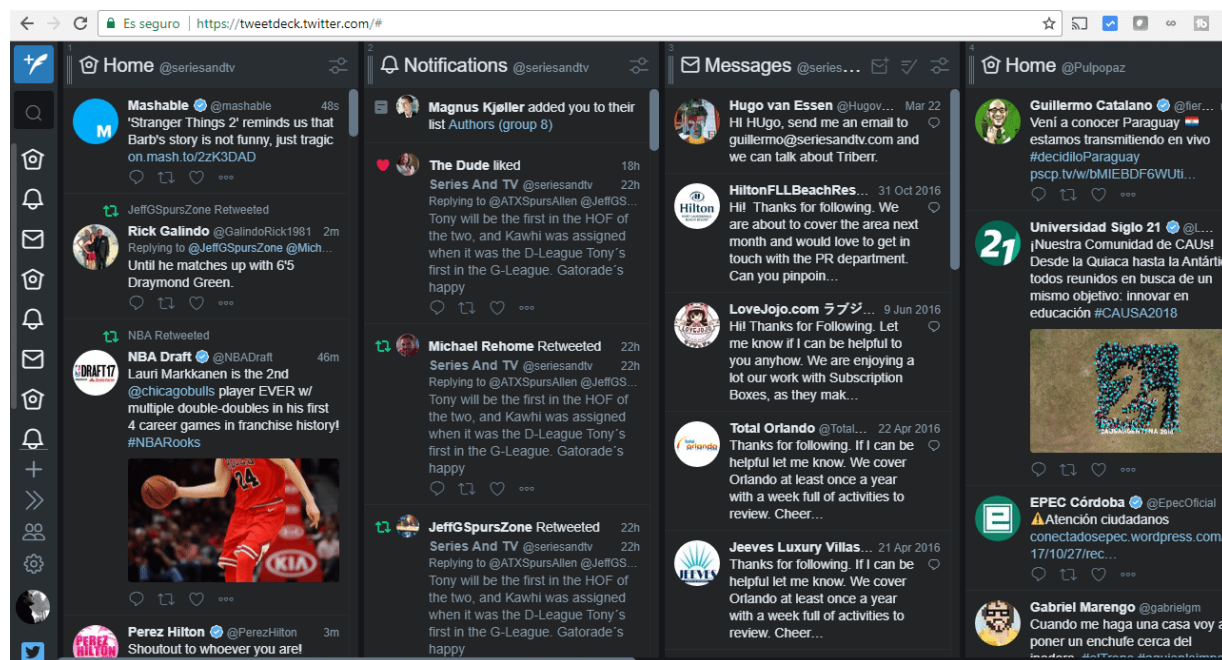
- Es de uso gratuito, sin limitaciones.
- Es de uso intuitivo.
- Su entorno es simple y amigable.
- En una misma pantalla, podemos ver todos los elementos que consideremos necesarios.
- Tiene muchas opciones de customización.
- Permite monitorizar nuestras propias cuentas y las de la competencia.

Sus principales desventajas –que comparte con muchas otras herramientas– están dadas por su falta de estadísticas y métricas de resultados, y por su imposibilidad de realizar las promociones desde la misma plataforma, por lo que debemos utilizar [www.analytics.twitter.com](http://www.analytics.twitter.com) y [www.ads.twitter.com](http://www.ads.twitter.com).

A la hora de seleccionar la herramienta ideal para trabajar con Twitter (teniendo en cuenta su gratuidad), es recomendable utilizar Tweetdeck y decidir, tras su uso, si se requiere agregar otra herramienta específica.

### Figura 10. Tweetdeck

Fuente: captura de pantalla de Tweetdeck (Twitter Inc., 2017).



TWEETDECK

SOCIALOOMPH

SOCILAB

AG

Accesible desde [www.socialoomph.com](http://www.socialoomph.com)

Como su enfoque original estaba centrado en Twitter, más allá de que luego haya integrado soporte de otras cuentas, es una herramienta interesante para trabajar con dicha red social.

Con esta herramienta no solo es posible gestionar y programar posteos, sino que también tenemos ciertas funcionalidades de utilidad:

- Buscar **keywords**.
- Acortar URL.
- Enviar mensajes de bienvenida automáticos a los nuevos seguidores de una cuenta de Twitter.
- Recibir alertas automáticas por email cuando se menciona alguna palabra clave que nos interesa controlar.
- Planificar y enviar **tweets**. Gestionar múltiples cuentas de redes sociales.
- Utilizar borradores y grabar **templates** personalizados para reutilizar.
- Funcionalidad de **followback**.
- Gestión de listas.
- Filtrado de perfiles de usuarios.
- Posibilidad de generar **tweets** por correo electrónico y que la plataforma los transforme en contenido.

### Figura 11. SocialOomph

Fuente: captura de pantalla SocialOomph (SocialOomph, 2019).

**socialoomph** Pricing Affiliates Help - Login Register Access Issues? ▾

# Social Post Scheduling

Boost your productivity with advanced post scheduling tools. We help individuals and teams.

[Sign up for free](#)

## Awesome benefits

- For individuals**  
Manage your own social posting, and those of your clients, in one account. Easily partition client data with the team feature.
- For teams**  
Add associates to your account, assign privileges, and organize them in teams. Authorize teams to work on selected social profiles and blogs. Configure post approval where required.
- Social posts**  
Discord channels [↗](#)  
Facebook pages [↗](#)  
LinkedIn profiles [↗](#)  
Mastodon profiles [↗](#)  
Pinterest boards [↗](#)  
Reddit subreddits [↗](#)
- Blog posts**  
Shopify blogs [↗](#)  
Tumblr blogs [↗](#)  
WordPress.com blogs [↗](#)  
WordPress.org blogs [↗](#)

[? Soporte](#)



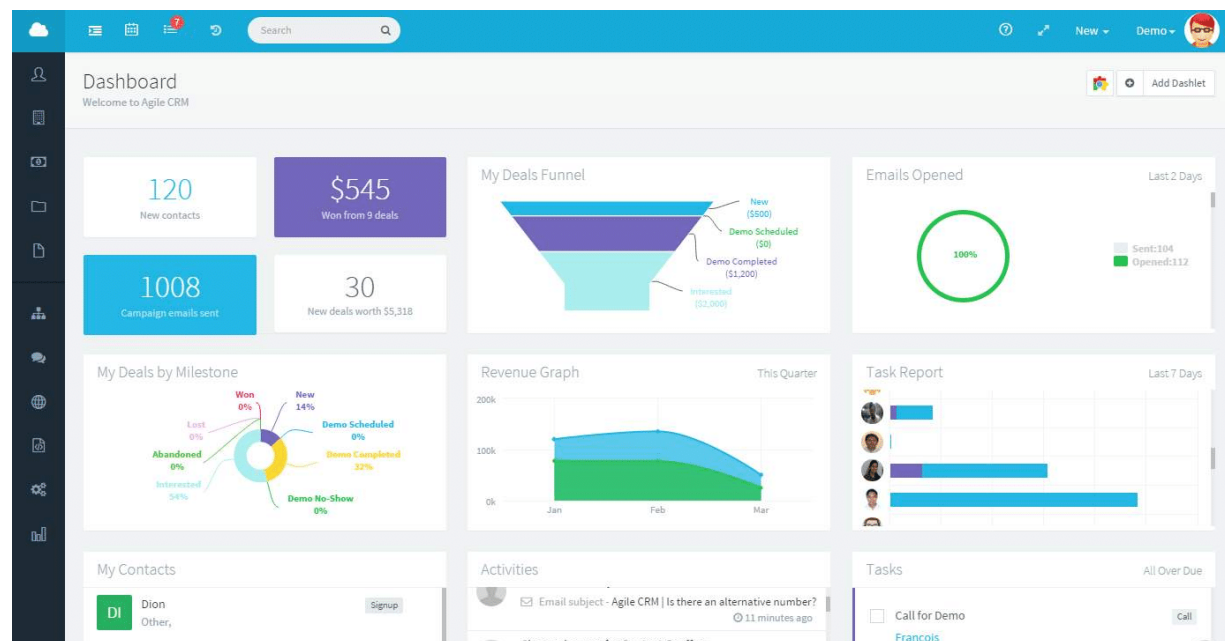
Accesible desde [www.agilecrm.com](http://www.agilecrm.com)

Esta plataforma de CRM, si bien es similar en usabilidad a otros CRM, ofrece ciertas ventajas:

- Su uso es intuitivo y más sencillo que en la mayoría de las plataformas de uso gratuito.
- Su versión gratuita es suficientemente poderosa como para ser de gran utilidad a la mayoría de las pequeñas y medianas empresas.
- Integra la solución de CRM a nuestra cuenta de LinkedIn, por lo cual se puede generar la integración del servicio a la plataforma.
- Integra los procesos de gestión de ventas, procesos de **marketing** y procesos de atención al cliente.
- Integra otras plataformas como Twitter, Google Apps, Facebook, LinkedIn, RingCentral y Twilio, entre otras.

### Figura 13. Agile CRM

Fuente: captura de pantalla de Agile CRM (Agile CRM Inc., 2019).



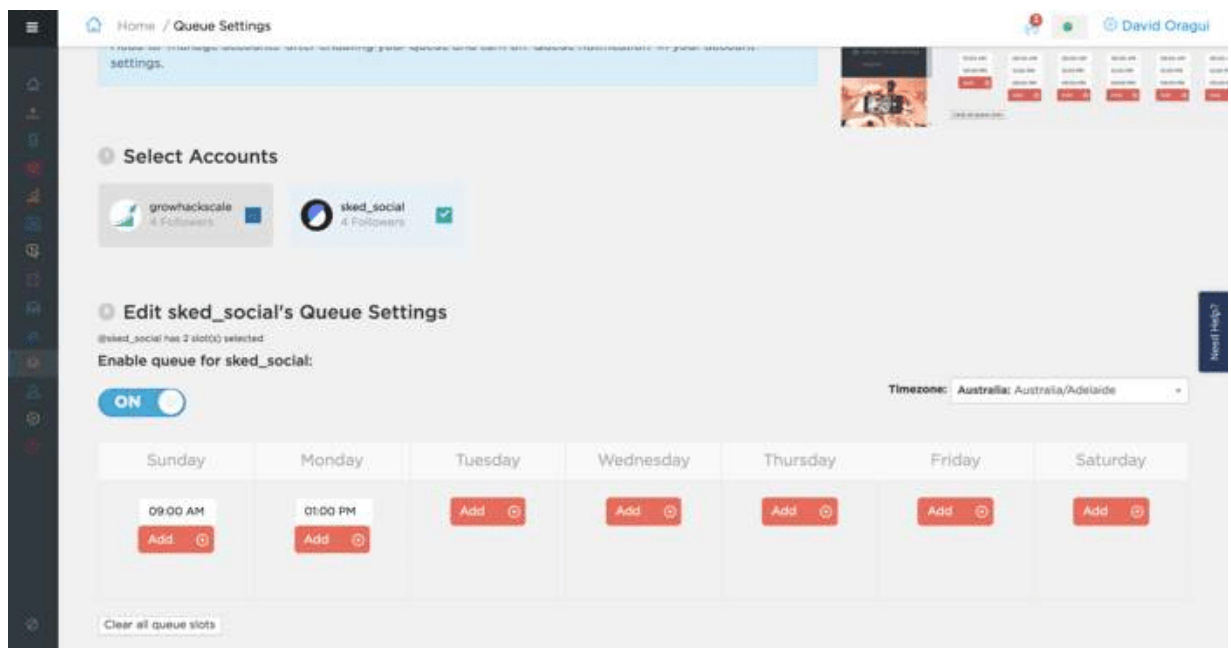
Accesible desde <https://skedsocial.com/>

Sked Social es una herramienta para gestionar la cuenta de Instagram. Tiene diferentes funcionalidades, que detallamos a continuación:

- Subir imágenes y videos desde la computadora o directamente desde Dropbox.
- Convertir, de manera automática, los archivos subidos al formato adecuado para Instagram.
- Editar imágenes dentro de la plataforma.
- Agendar las publicaciones.
- Tiene una interfaz intuitiva y **customizable**.
- Permite el soporte para múltiples cuentas de Instagram.
- Trabajar colaborativamente.

### Figura 14. Sked Social

Fuente: captura de pantalla Sked Social (Sked Social, 2019).



TWEETEDECK	SOCIALOOMPH	SOCILAB	AG
------------	-------------	---------	----

Accesible desde [www.tailwindapp.com](http://www.tailwindapp.com)

Tailwind es una aplicación especialmente diseñada para la gestión de Pinterest, con versión gratuita y de pago. Entre sus principales funcionalidades, encontramos:

- Panel de control de rendimiento de la cuenta y los pines.
- Estadísticas por tablero de Pinterest.
- Tendencias de la Industria y análisis de la competencia.
- Opciones de publicación y programación de pines.
- Integración de Pinterest e Instagram.
- Monitoreo del dominio web en vinculación con Pinterest.
- Optimización de pines.
- Alertas por correo electrónico.

### **Figura 15. Tailwind**

Fuente: captura de pantalla de Tailwind (Tailwindapp.com, 2019).



TWEEEDECK	SOCIALOOMPH	SOCILAB	AG
-----------	-------------	---------	----

Accesible desde <https://www.tubebuddy.com/>

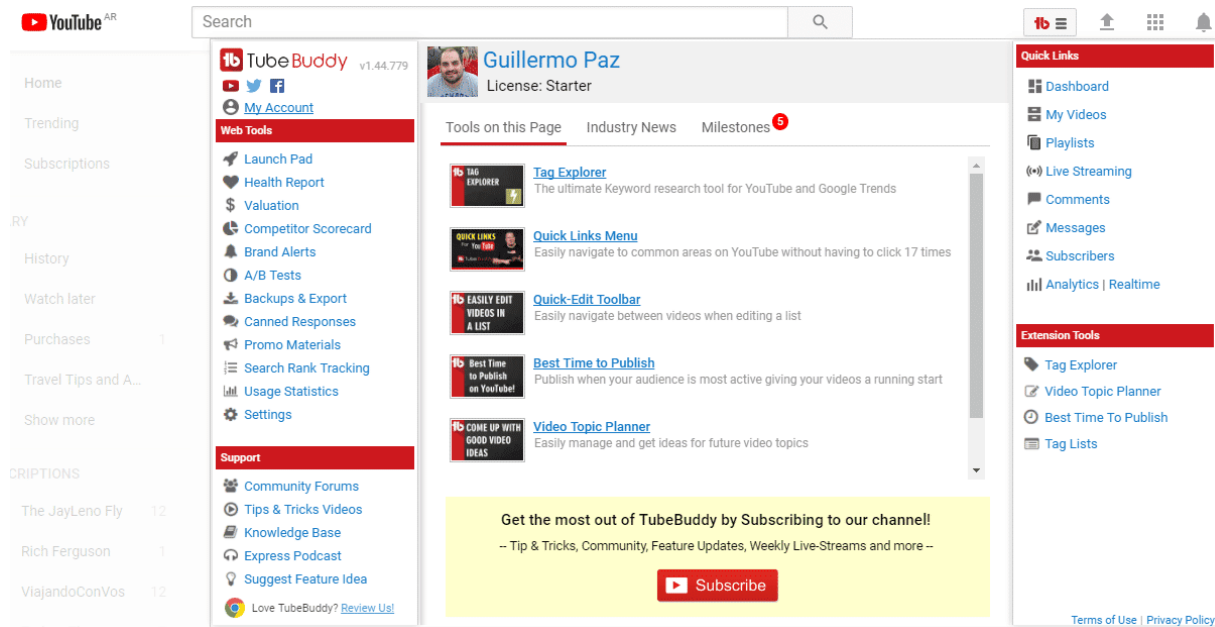
La principal herramienta de gestión de YouTube, permite integrar diversas opciones avanzadas a nuestro canal de videos para optimizar su rendimiento. Tube Buddy cuenta con las siguientes herramientas y funcionalidades:

- Plataforma de lanzamiento, desde donde podemos optimizar cada uno de los videos generados.
- Análisis de video.
- Valuación esperada del video.
- Tablero de análisis de los competidores.
- Comparación con otros canales.

- Análisis de etiquetas de videos de competidores.
- Alertas de menciones de marca.
- Respuestas automáticas.
- Explorador de etiquetas.
- Rastreo de posicionamiento en búsqueda.
- Gestión de **streaming** en vivo.
- Gestión de listas de reproducción.
- Gestión de comentarios, suscriptores y mensajes.
- Panel de control de analítica y analítica en tiempo real.

### Figura 16. Tube Buddy

Fuente: captura de pantalla de TubeBuddy (Geronimo SystemesLLC., 2017).



# Video conceptual 5



Federación Empresaria  
Hotelera Gastronómica  
de la República Argentina

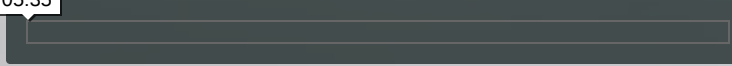
## El valor de la gestión

Herramientas para *Community Managers*

UNIVERSIDAD  
**SIGLO 21** | MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMNO**



05:35



CONTINUE

## Unidad 2. Herramientas de elaboración de contenidos

---

Los **community managers** realizan muchas tareas a lo largo de sus jornadas de trabajo, es importante que tengan diferentes opciones para optimizar los diversos procesos de soporte.

### 3.2.1 Herramientas de elaboración de imágenes, redacción y video

Es importante que un **community manager** tenga nociones básicas de diseño gráfico. Seguramente, es ideal que maneje herramientas avanzadas como Photoshop, Corel Draw o Adobe Illustrator. Sin embargo, no necesariamente debe poseer conocimientos avanzados en dichas herramientas, ya que puede recurrir a herramientas más sencillas y livianas, que ayudan a resolver ciertas tareas de modo óptimo.

CANVA

MOVIE MASHER

ONLINE VIDEO CUTTER

Accesible desde [www.canva.com](http://www.canva.com)

Es la principal herramienta para trabajar sobre gestión de imágenes online, ya que permite trabajar con una lista completa de dimensiones y tamaños que todo community manager puede necesitar, y sobre esos espacios desarrollar la imagen; se pueden integrar imágenes propias, de banco de imágenes, dibujos, gráficos, íconos y otras opciones dentro del menú.

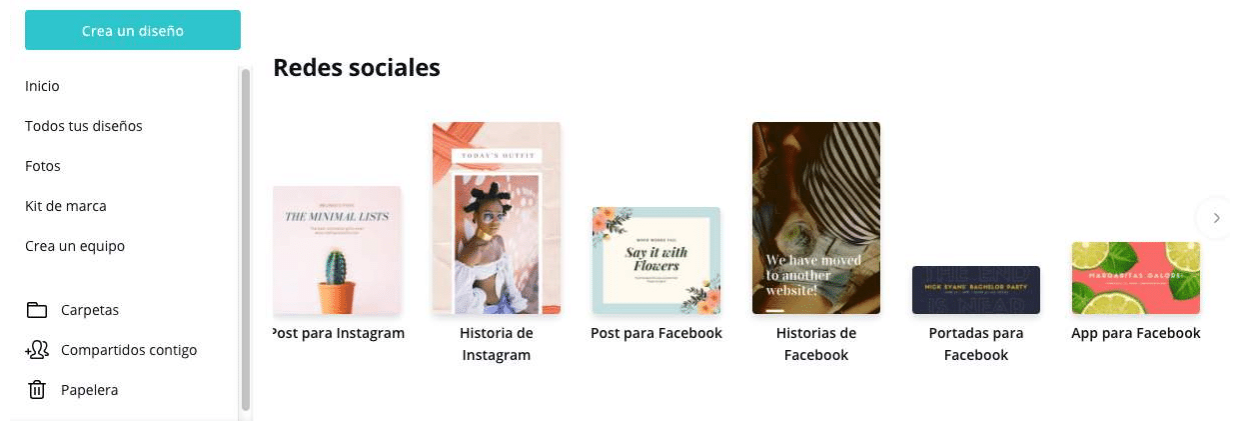
Entre las opciones que ofrece encontramos dimensiones especializadas para:

- **Post** de Twitter.
- Gráfico social.

- Gráfico para Pinterest.
- **Post** de Facebook.
- Aplicación de Facebook.
- **Post** de Instagram.
- Gráfica de Tumblr.
- Múltiples opciones para blogs.
- Opciones para infografía.
- Opciones para eventos.
- Opciones para YouTube.
- Posters y otros materiales de **marketing**.
- Tiendas **online**.
- Avisos de Facebook.

**Figura 17. Canva**

Fuente: captura de pantalla de Canva (Canva, 2017).



CANVA

MOVIE MASHER

ONLINE VIDEO CUTTER

Accesible desde [www.moviemasher.com](http://www.moviemasher.com)

Herramienta que nos permite recortar clips, añadir efectos, títulos y música, mediante un editor de video en línea.

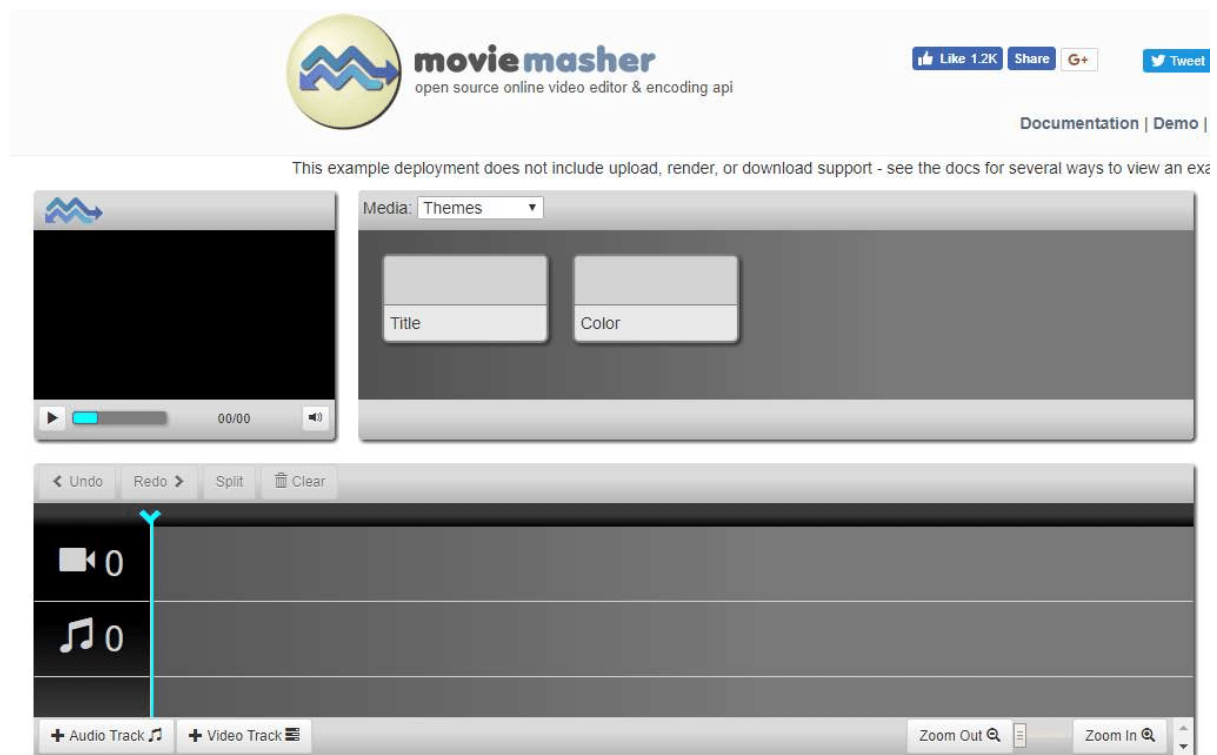
En Movie Masher han intentado asemejarse a las aplicaciones de escritorio dedicadas a la edición de vídeo y nos ofrece una interface con un monitor, una línea de tiempos, un gestor de librerías y un inspector, donde podremos modificar las fusiones o aplicarles efectos a nuestros clips.

En ella podemos trabajar arrastrando clips a la línea de tiempos, pudiendo insertar puntos claves para modificar parámetros dentro del clip, como sus modos de fusión, podemos insertar textos, variar el tamaño de duración de los clips, añadir transiciones entre clips de video y clips de audio, etc. (Genbeta, 2016, <https://www.genbeta.com/web/movie-masher-un-editor-online-al-estilo-premiere>)

No es una herramienta que reemplaza a los editores de video profesionales (como Adobe Premiere Pro), pero es sumamente útil para videos cortos, sencillos y de edición rápida.

### Figura 18. Movie Masher

Fuente: captura de pantalla de Movie Masher (Movie Masher Inc., 2017).



CANVA

MOVIE MASHER

ONLINE VIDEO CUTTER

Accesible desde <https://online-video-cutter.com/es/>

Aplicación **web** gratuita ideal para editar videos, no es necesario instalarla y además permite:

- Cortar fragmentos de video.
- Realizar encuadres en el video o cambiar la relación de aspecto.
- Girar videos a 90, 180 y 270 grados.
- Soporta formatos hasta 500mb.
- Los archivos generados se borran horas después de ser creados.

### Figura 19. Online Video Cutter

Fuente: captura de pantalla Online Video Cutter (123Apps LLC., 2019).



#### Online Video Cutter

Esta aplicación web será útil si necesita cortar un pequeño archivo de video online. No hace falta instalarla y funciona directamente en el navegador.



#### Soporta todos los formatos

Nuestra aplicación web reconoce casi todos los formatos conocidos de video. Si el archivo no se abrió, lo más seguro es que esté dañado o sea demasiado grande.



#### Recorte de videos

El recorte permite seleccionar el área deseado de la imagen, recortando los bordes o cambiando la relación de aspecto del video.



#### Corte de videos online

La aplicación permite cortar videos en la ventana de su navegador en modo online. Soporta formatos de hasta 500 MB, y muy pronto aumentaremos este volumen.



#### Girar el video

Puede girar el video a 90, 180 o 270 grados. Es muy útil, si una escena horizontal ha sido grabada de forma vertical, o al revés.



#### Interfaz sencilla

Después de cargar el archivo, directamente en la ventana de su navegador podrá seleccionar la calidad y el formato del video cortado. Sin funciones complicadas: todo está al alcance de la mano. [Feedback](#)

## Bancos de imágenes gratuitos

En la tarea diaria del **community manager**, resulta indispensable disponer de fotografías libres de derechos para el diseño y armado de las piezas de comunicación.

A continuación, listamos las opciones de mejor calidad y variedad.

### Unsplash

Fotos en alta resolución bajo la licencia **creative commons zero**, que permite copiar, modificar, distribuir y utilizar las fotos de forma gratuita y sin permiso del propietario (ver términos en <https://unsplash.com/license>).

Accesible desde desde <https://unsplash.com/>

### Freepik

Ofrece fotos en alta resolución, imágenes vectoriales e ilustraciones. Posee dos tipos de licencias, gratuita y premium. La licencia gratuita permite emplear los recursos de modo personal y comercial, en artículos impresos o electrónicos, en una página web, presentaciones, aplicaciones o como parte de diseño gráfico. No requiere atribución del autor.

Accesible desde <https://www.freepik.es/>

### Pixabay

En su **stock** contiene imágenes de alta resolución de dominio público, es decir, pueden emplearse sin atribuir al propietario.

Accesible desde: <https://pixabay.com/es/>

## Pexels

Ofrece imágenes en alta resolución libres de derechos para uso personal, profesional o comercial.

Accesible desde: <https://www.pexels.com/>

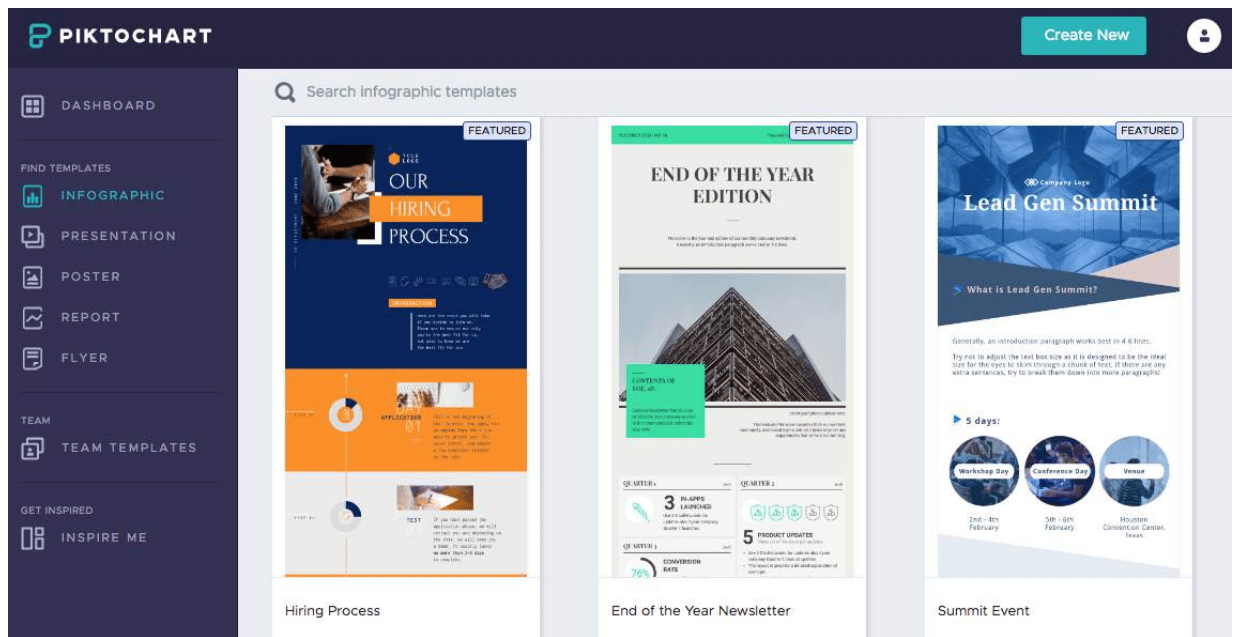
## 3.2.2 Herramientas para el diseño de infografías

Las infografías son una de las principales herramientas visuales que tiene un **community managers**, ya que permiten mostrar mucha información de manera simple, clara y atractiva. Si bien las infografías se pueden crear de cero con una herramienta de diseño como Photoshop o Corel Draw, también es posible crearlas mediante el uso de otras herramientas y por medio de plantillas que resuelven las principales necesidades gráficas.

### Piktochart

Accesible desde [www.piktochart.com](http://www.piktochart.com)

Figura 20. Piktochart



Fuente: captura de pantalla de Piktochart (Piktochart, 2019).

Piktochart es una herramienta de edición de infografías en línea que permite trabajar con las diferentes opciones que la herramienta ofrece. Además, se puede trabajar de modo **online** u **offline**, y usar las que ofrece la plataforma o reutilizar las propias.

Entre sus principales prestaciones, encontramos:

- Facilidad de uso.
- Customización de opciones.
- Editor de imágenes incluido.
- Opciones gratuitas y de pago.
- Manejo de la aplicación como **drag and drop**.
- Interfaz intuitiva.
- 600 plantillas disponibles.

- Librería de imágenes e íconos.
- Gráficos y mapas disponibles.
- Integración con datos de Excel o Google Spreadsheet.
- Opciones de alta resolución disponibles.

## 3.2.3 Herramientas para concursos, trivias y replicación de contenidos

Los **community managers**, muchas veces realizan acciones particulares para premiar a la comunidad de seguidores, o interactuar con ellos en entornos relajados; para ello, cuentan con herramientas de gestión de concursos, trivias y demás opciones de replicación. A continuación, presentamos algunas de herramientas que sirven a estos fines:

### Rafflecopter

Accesible desde [www.rafflecopter.com](http://www.rafflecopter.com)

Ideal para realizar sorteos dentro de blogs y páginas web. Permite incrustar un formulario en un blog que incentivar a participar. Además, brinda la posibilidad de generar opciones de tareas realizadas a cambio de chances extra. Por ejemplo, si el usuario que nos sigue en Twitter nos comienza a seguir en Facebook, recibe una chance extra.

### Easypromos

Accesible desde [www.easypromosapp.com](http://www.easypromosapp.com)

Es una aplicación para crear promociones y concursos en cualquier página de Facebook. Ofrece una plataforma totalmente self-service para crear y autogestionar promociones o concursos libremente. Se adapta a cualquier tipo de dispositivos.

### SocialTools

Accesible desde [www.socialtools.me](http://www.socialtools.me)

Una herramienta para crear concursos y promociones en Facebook. Es una plataforma integral para sumar herramientas de marketing en una **fanpage**, generar más fans, interactuar con ellos y aumentar las ventas.

### TheFanMachine

Accesible desde [www.thefanmachine.com](http://www.thefanmachine.com)

Esta aplicación ofrece numerosas opciones para crear concursos dentro de nuestra página de Facebook. Una solución digital para activar nuestra comunidad **online**, incrementar las ventas, conocer a los clientes y reducir costos en **marketing** digital.

## 3.2.4 Herramientas para *social commerce* y para *e-mail marketing*

“La forma de comprar de los consumidores ha cambiado muy drásticamente en los últimos años. Por eso, no es de extrañar que hayan surgido nuevos conceptos con referencia a las compras, como el de Social Commerce”. (Merca20, 2016, <https://www.merca20.com/en-que-consiste-el-social-commerce/>)

“El Social Commerce trata la colaboración de dos o más individuos en el intercambio de opiniones, así como en la toma de decisiones conjunta a la hora de realizar una compra”. (Palbin, 2017, [https://www.palbin.com/customer/es\\_es/portal/articles/1507488-%C2%BFqu%C3%A9-es-el-social-commerce-](https://www.palbin.com/customer/es_es/portal/articles/1507488-%C2%BFqu%C3%A9-es-el-social-commerce-))

## SHOPSOCIALLY

## MAILCHIMP

Accesible desde [www.shopsocially.com](http://www.shopsocially.com)


Una plataforma diseñada para optimizar los procesos de social **commerce**. Entre sus principales funcionalidades, encontramos:

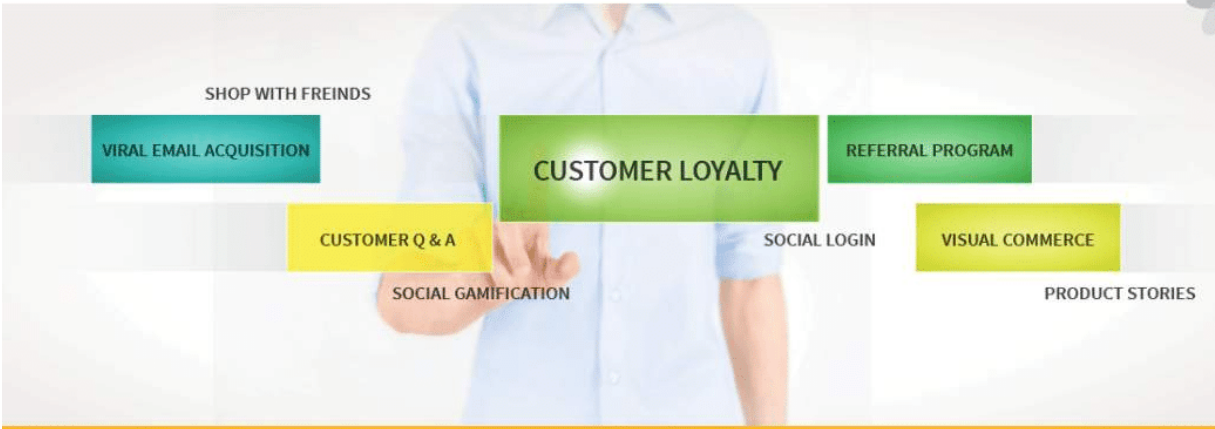
- Integra en la misma plataforma la posibilidad de generar nuestros propios programas de afiliados.
- Opciones de generación de **visual commerce**.
- Generación de programas de lealtad.
- Instanciación de programas de historias de usuarios.
- **Gamificación** social aplicada a la compra.
- Adquisición de e-mails a través de mecanismos de replicación.
- Cuenta con 14 aplicaciones integradas para el programa de **social commerce** de nuestra marca.

### Figura 21. Shopsocially

Fuente: captura de pantalla de ShopSocially (ShopSocially,2019).

**ShopSocially is now Zinrelo.com**

Click here for more details 



SHOPSOCIALLY

MAILCHIMP

Accesible desde [www.mailchimp.com](http://www.mailchimp.com)

La principal herramienta de e-mail marketing para **community managers**. Es una herramienta para trabajar sobre **marketing automation** y con **e-mail marketing**, para conectarnos con nuestras audiencias y lograr mayores tasas de conversión. Entre sus principales funcionalidades, encontramos:

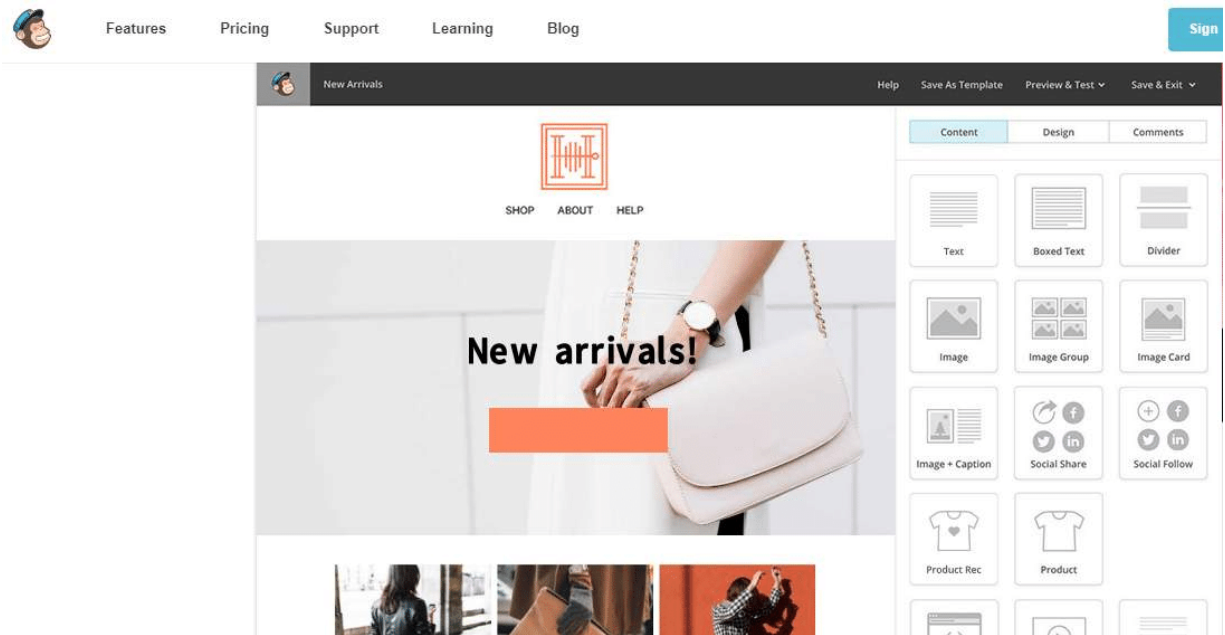
- Cuenta con opciones gratuitas y de pago.
- Integración nativa con tiendas virtuales como Shopify, Magento, BigCommerce, WooCommerce, PrestaShop, entre otras.
- Opciones de automatización de envíos.
- Opciones de **retargeting** y **remarketing**.
- Opciones de recupero de abandono de carrito.
- Integración con Google AdWords.

- Integración con campañas de publicidad de Facebook.
- Integración con campañas de publicidad de Instagram.
- Cuenta con aplicación móvil.
- Panel de control de analítica integrada.
- Flexibilidad de diseños.
- Integraciones con aplicaciones de uso común para **community managers**.

Es nuestra tarea, como **community managers**, decidir cuáles de las herramientas presentadas suman a nuestra caja de herramientas y cómo sacarles el mejor jugo en cada caso.

## Figura 22. Mailchimp

Fuente: captura de pantalla de MailChimp (The Rocket Science Group, 2017).



## Video conceptual 6





Federación Empresaria  
Hotelería Gastronómica  
de la República Argentina

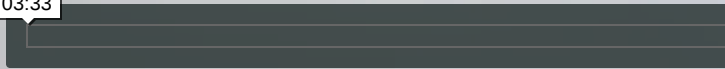
## Herramientas de elaboración de imágenes, redacción y video

Herramientas para *Community Managers*

UNIVERSIDAD  
**SIGLO 21** | MIEMBRO DE LA RED  
**ILUMINO**



03:33



CONTINUE

# Autoevaluación

---

A continuación le presentamos un conjunto de preguntas para que pueda autoevaluar el avance de su aprendizaje. Para la realización de la misma, debe haber repasado los contenidos de este módulo.

Tenga en cuenta que puede realizar la autoevaluación las veces que considere necesario.

Encontrará 3 tipos de preguntas-consignas:

**1) Selección múltiple:** una sola de las opciones es correcta. Las alternativas están indicadas con círculos. Debe seleccionar la alternativa correcta marcando el círculo precedente.

**2) Respuesta múltiple:** hay más de una respuesta correcta. Las alternativas están indicadas con cuadrados. Seleccione todas las alternativas que considere correctas, tildando en el cuadrado precedente.

**3) Verdadero-Falso:** debe indicar si la proposición puede considerarse verdadera o falsa. Tenga en cuenta que si un solo elemento de la proposición es falso, debe considerarla falsa en su conjunto.

---

**Pregunta**

**01/10**

Entre los elementos clave de la ejecución está:

---

- La orientación a tareas.
- El recambio tecnológico.
- La validación de pautas.
- El criterio selectivo de fuentes.
- La comprobación del mensaje.

*Pregunta*

**02/10**

La “habilidad de la gestión”, consiste en saber navegar el cumplimiento del plan en conjunto con la habilidad de reaccionar ante la realidad.

---

Verdadero

Falso

**Pregunta**

**03/10**

El proceso de validación de la información debe ser:

---

- Claro, sencillo y muy definido.
- Complejo y directo.
- Establecido en base a las tendencias.
- Definido por medio del equipo directivo de la organización.
- A criterio del community manager a cargo.

**Pregunta**

**04/10**

Algunas de las redes sobre las que permite trabajar Hootsuite son:

---

Twitter.

Facebook.

LinkedIn.

WordPress.

Adwords.

**Pregunta**

**05/10**

Entre las funcionalidades de Tweetdeck están:

---

- Crear y programar los tweets.
- Monitorear menciones y respuestas.
- Gestionar conversaciones en twitter.
- Enviar y gestionar mensajes directos.
- Monitorear me gusta.

**Pregunta**

**06/10**

Entre las desventajas de Tweetdeck está:

---

- Falta de estadísticas y métricas.
- No es posible recibir notificaciones y alertas.
- No permite gestionar búsquedas y alertas.
- No se pueden gestionar temas de tendencia globales, regionales y locales.
- No permite un trabajo colaborativo y cuentas de equipo.

**Pregunta**

**07/10**

El principal diferencial de **Buffer** en relación a otras herramientas está en:

---

- La programación de contenidos.
- La edición de imágenes.
- Las métricas.
- Los reportes.
- Las estadísticas.

**Pregunta**

**08/10**

Socialloomph es una herramienta que nos ofrece ciertas funcionalidades de utilidad como:

---

- Enviar mensajes de bienvenida automáticos a los nuevos seguidores de una cuenta de Twitter.
- Mostrar los unfollow.
- Editar video.
- Editar fotos.
- Asociarse a plataformas de CRM.

**Pregunta**

**09/10**

Si lo que necesitamos es gestionar una cuenta de Pinterest, una opción posible es:

---

Tailwind.

Pin.me.

PinThis.

Pin-o-matic.

Houzz.

**Pregunta**

**10/10**

La funcionalidad “Tablero de análisis de los competidores de una cuenta de YouTube”  
corresponde a la herramienta:

---

TubeBuddy.

YouLook.

Vermiz.

Cluex.

TubeQuiz.

# Referencias

---

**Atlassian.** (2019). [captura de pantalla de Trello]. Sidney, Australia. Recuperado de <https://trello.com/>

**Evernote Corporation** (2019). Captura de pantalla. Redwood City, California.

**Facebook Inc.** (2019). [captura de pantalla de WhatsApp Web.]. Menlo Park, California. Recuperado de <https://chrome.google.com/webstore/detail/notifier-for-whatsapp-web/kaoholkoedbpjiangnchpfchhmageifp?hl=es-419>

**Google Inc.** (2019). [captura de pantalla Hangout en Chrome Web Store]. Menlo Park, California. Recuperado de <https://chrome.google.com/webstore/detail/google-hangouts/knipolnllmklapflncelgolnpehhpl>

**Google Inc.** (2019). [captura de pantalla Google Drive]. Menlo Park, California. Recuperado de [https://www.google.com/intl/es\\_ALL/drive/](https://www.google.com/intl/es_ALL/drive/)

**[Imagen sin título de SmartDraw].** (s. f.). Recuperado de <https://www.smartdraw.com/pert-chart/examples/pert-chart-template/>

**[Imagen si título sobre customer journey].** (s. f.). Recuperado de [https://www.mycustomer.com/sites/default/files/experience\\_design.jpg](https://www.mycustomer.com/sites/default/files/experience_design.jpg)

**[Imagen sin título sobre árbol de decisión].** (s.f.). Recuperado de <https://d2slcw3kip6qmk.cloudfront.net/marketing/pages/chart/seo/decision-tree/discovery/how-to-7.svg>

[Imagen sin título sobre tabla kanban]. (s.f.). Recuperado de [https://leankit.com/uploads/images/general/\\_xLarge/kanban\\_guide\\_print\\_KPO\\_bleed\\_board2.jpg](https://leankit.com/uploads/images/general/_xLarge/kanban_guide_print_KPO_bleed_board2.jpg)

[Imagen sin título sobre diagrama de Gantt]. (s.f.). Recuperado de <https://www.gantt.com/img/small-gantt-chart.jpg>

[Imagen sin títulos sobre Trello con extensión Elegant]. (s.f.). Recuperado de <https://trello.com/b/qhgryS9a/elegantt-public-roadmap>

**InQuest Technologies, Inc.** (2017). [Captura de pantalla de Gantter enGoogle Chrome Store]. Providence, Rhode Island. Recuperado de <https://chrome.google.com/webstore/detail/gantter-for-google-drive/himomacamcpodhkahelbnmaddladgjo?hl=en>

**Microsoft Inc. (2016).** [Captura de pantalla del Planificador de proyectos de Gantt].Redmond, Washington. Recuperado de <https://omextemplates.content.office.net/support/templates/es-es/lt02887601.png>

**Microsoft Inc.** (2019). [Captura de pantalla de One Drive]. Redmond, Washington. Recuperado de <https://support.office.com/es-es/article/v%C3%ADdeo-conceptos-b%C3%A1sicos-de-onedrive-fe8aab1e-3d1a-4a65-a9b6-77b79b6dbb30?ui=es-ES&rs=es-ES&ad=ES>

**Microsoft Inc.** (2019). [Captura de pantalla de Skype ]. Redmond, Washington. Recuperado de <https://www.skype.com/es/>

**Paz, G.** (2017). Herramientas Digitales y de Social Media paraEmprendedores y Profesionales. Córdoba: Social Media Trends.

**Wrike Inc.** (2019).[captura de pantalla]. Mountain View, California. Recuperado de <https://www.wrike.com/es/blog/guia-detallada-sobre-como-utilizar-nuestra-herramienta-en-linea-de-diagramas-de-gantt/>

**6Wunderkinder.** (2019). [Captura de pantalla de Wunderlist]. Berlín, Alemania.

CONTINUE